

**Estudio sobre la percepción del  
turista de golf nórdico en visita  
a los campos de golf de Murcia  
y Alicante**

**Nordic golf tourist's  
perception-based analysis on  
golf courses in Murcia and  
Alicante case study**

**Curso 2018/2019**

**Autora: Nájar Cano, Diana**

**Tutor: Castro Valdivia, Juan Patricio**

# ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN .....   | 7  |
| 2. IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DEL GOL EN LA REGION DE MURCIA Y ALICANTE.....                       | 10 |
| 2.1 El turismo de golf en la Región de Murcia. ....   | 10 |
| 2.2 El turismo de golf en la provincia de Alicante.....   | 18 |
| 3. PERCEPCIÓN DEL TURISTA DE GOLF NÓRDICO DE LOS CAMPOS DE GOLF DE ALICANTE Y REGION DE MURCIA..... | 21 |
| 3.1. Ficha técnica del estudio. ....  | 21 |
| 3.2 Explotación y análisis de la encuesta: .....  | 22 |
| 4. CONCLUSIONES Y EXTENSIONES.....  | 40 |
| 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....   | 42 |
| 6. ANEXO.....   | 44 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Turistas de golf en España.....                                      | 9  |
| Tabla 2. Importancia del turismo de golf en la Región de Murcia.....          | 14 |
| Tabla 3. Demanda Extranjera de golf.....                                      | 16 |
| Tabla 4. Estancia media turistas extranjeros .....                            | 16 |
| Tabla 5. Empleo generado por el turismo de golf en Alicante .....             | 19 |
| Tabla 6. Impacto económico del turismo de golf en la CC. AA. Valenciana ..... | 20 |
| Tabla 7. Renta per cápita según países. ....                                  | 36 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| Ilustración 1. Campos de Golf en la Región de Murcia .....     | 11 |
| Ilustración 2. Campos de golf en la provincia de Alicante..... | 18 |



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| 1 Campos de golf de la provincia de Alicante y frecuencia de respuestas por campo. .... | 23 |
| 2 Campos de golf de la Región de Murcia y frecuencia de respuestas por campo. ....      | 26 |
| 3 Percepción del precio/calidad de los campos de golf de Alicante.....                  | 27 |
| 4 Percepción del precio/calidad de los campos de golf de la Región de Murcia. ....      | 27 |
| 5 Disposición a pagar por derechos de juego .....                                       | 28 |
| 6 Diferencias de precio de los campos de golf de Alicante y Región de Murcia. ....      | 29 |
| 7 Duración de la estancia .....   | 30 |
| 8 Tipología del alojamiento.....  | 31 |
| 9 Localización de la estancia vacacional.....   | 32 |
| 10 Actividades realizadas durante el periodo de viaje. ....                             | 33 |
| <b>11</b> Gasto realizado durante su estancia. ....                                     | 34 |
| 12 Frecuencia de visitas a España .....   | 38 |
| 13 Satisfacción de los campos de golf .....   | 40 |

## Resumen

El objetivo de este Trabajo Fin de Máster (TFM) pasa por analizar la percepción del turista de golf nórdico sobre los campos de golf de Alicante y Murcia. Para ello, se ha confeccionado y empleado una encuesta donde los jugadores de golf han manifestado sus preferencias. Un resultado relevante es que la opinión de los jugadores de golf nórdicos subraya que las instalaciones de golf existente en Alicante y Murcia tiene la suficiente calidad para la práctica de este deporte. Además, es interesante destacar que a pesar de ello, existen áreas de mejora en aras de fomentar y potenciar la práctica del golf como actividad turística desestacional del turismo de las zonas geográficas a estudio.

## Abstract

The purpose of this final work is to analyze the Northern Europe golf tourist, perception over the golf courses in Alicante and Murcia. For this reason, a survey has been developed in which golfers have expressed their preferences. An important outcome is that tourist golfers from Northern Europe consider the golf facilities in Alicante and Murcia, with enough quality to practice golf. Therefore, the result is to improve golf areas, in order to empower and strengthen the consciousness and awareness of golf, as a tourist activity in the geographical locations considered.



## 1. INTRODUCCIÓN

El objetivo del Trabajo Fin de Máster pasa por definir la percepción que tienen los turistas de golf nórdicos de los campos de golf de Murcia y Alicante. Iniciarse en el estudio de la percepción y preferencias de los turistas y en particular del turista de golf ayuda y permite defender estrategias de expansión de este turismo. La finalidad es delimitar los límites y deficiencias que pueden tener los campos de golf visitados por dichos turistas con el propósito de poder alcanzar estrategias de desarrollo sostenible en la industria turística del golf.

La herramienta utilizada ha sido la elaboración de una encuesta online con la finalidad de realizar un análisis en profundidad de los datos obtenidos, y llegar a argüir resultados que permitan estrategias naturales y eficaces para la mejora y potenciación de dicha industria de turismo de golf. El punto de partida ha sido el análisis de diversos estudios sobre el impacto económico del golf en las zonas de Alicante y Murcia, concluyendo con una síntesis de la evolución que los turistas nórdicos, británicos y población local han experimentado en la práctica de este deporte.

La aproximación de este estudio de la percepción y opinión que el turista de golf nórdico percibe tras su visita a los campos de golf de ambas regiones ha permitido alcanzar una serie de acciones a desarrollar, en aras de conseguir un turismo de golf organizado y bien gestionado. Además, se han ido descubriendo limitaciones y acciones a desarrollar en un futuro que permitirán aproximar el diseño de un plan de acción de crecimiento y sostenibilidad de la industria turística del golf en ambas zonas.

La motivación que ha promovido la elección del tema de estudio analizado en este TFM es una posición personal por el posible conocimiento que tengo de la cultura nórdica.

España es un país totalmente diferente a los países nórdicos, no sólo en cuanto a climatología se refiere, sino en cuanto al carácter social de sus habitantes, a la gestión y organización del sector turístico. No es así en cuanto a la gestión y disciplina del golf como deporte. Siendo muy similar la conducta de respeto y conocimiento del campo en ambos países, con el valor añadido que en España las condiciones climáticas favorecen a una mayor práctica de este deporte.

La selección y motivación profesional de este tema de análisis se motiva por el hecho de que el turismo de golf aporta un gran impacto a la economía del país. Adicionalmente, estos últimos años he desarrollado mi actividad profesional en este sector, considerando la importancia que tiene la correcta gestión de los campos de golf.

El estudio que nos ocupa lleva a cabo el análisis de cada uno de los campos de golf que ha sido elegido por los turistas de golf nórdicos y el resto de turistas. Así mismo, cada una de las

cuestiones que han sido seleccionadas para la realización de la encuesta vienen motivadas por los aspectos que tienen en cuenta en su elección. El conocimiento de la percepción de los turistas de golf de los campos de Murcia y Alicante nos permitirá a nivel profesional obtener una valiosa información, la cual podremos usar en un futuro para la mejora en la gestión de los campos e instalaciones que dotan a cada conjunto de exclusividad.

La motivación académica está plasmada en aplicar conocimientos adquiridos en el Máster, de tal forma que éste TFM se pueda considerar un trabajo de investigación inicial y aproximativo sobre la percepción del turista nórdico de los campos de golf en la Región de Murcia y Alicante. Para realizar el estudio se ha confeccionado una encuesta y mediante correo electrónico se ha recogido datos a una muestra de turistas de golf nórdicos, británicos y españoles.

Además, el conocimiento del sector de forma cercana por mi desarrollo profesional me hacía intuir ciertos aspectos de la repercusión de este sector en la zona, y que en este proyecto se han podido justificar con los resultados obtenidos.

Por último y no por ello de menor relevancia, el impacto socioeconómico que el turismo de golf aporta a nuestra economía define la relevancia económica como otra de las motivaciones del estudio.

Algunos datos que proporciona el estudio GPB (2016) deja fuera de duda ese impacto económico de la industria del golf.

“La industria de golf en España genera un impacto económico alrededor de 2.100 millones de euros, exactamente las cifras ascienden a 2.076.880.450 euros. 1.069.211 turistas extranjeros eligen España como destino para la práctica de golf. Entre los diferentes tipos de alojamiento, destacar que el 45% de los turistas de golf recibidos en nuestro país eligen los establecimientos hoteleros como opción principal para el disfrute de su estancia”.

Así mismo, si se analiza la demanda se puede remarcar que España se ha considerado como primer destino turístico europeo de golf, alcanzando una cuota de mercado del 40 % dentro de los 4 destinos principales como son el británico, el alemán, el francés y el sueco. El turismo de golf se caracteriza por ser un producto turístico con una tradición muy amplia y una proyección de futuro dentro de la oferta turística del turismo deportivo de España.

Podemos afirmar que la actividad de golf genera indirectamente sinergias económicas en distintos sectores. Siendo el de mayor correlación la hostelería que da servicio y alojamiento a los participantes en este deporte. Igualmente, las empresas de transporte ven aumentar su volumen con el traslado de turistas. Otro sector que se ve beneficiado es el de la construcción. Debido a que, sobretudo en la zona de Alicante, una gran parte de turistas de golf cuentan con su segunda residencia en una zona cercana al campo de golf, normalmente la distancia oscila alrededor de los



20 kilómetros de proximidad, estando en ocasiones ubicada en el mismo resort.

**Tabla 1. Turistas de golf en España**

|                     |                   |                    |
|---------------------|-------------------|--------------------|
| OTROS ESCANDINAVOS  | JUGADORES DE GOLF | TURISTAS JUGADORES |
| 3.269.719           | 412.000           | 78.277             |
| TURISTAS SUECIA     | JUGADORES GOLF    | TURISTAS JUGADORES |
| 1.773.947           | 491.401           | 105.520            |
| TURISTA REINO UNIDO | JUGADORES GOLF    | TURISTAS JUGADORES |
| 15.000.668          | 3.489.970         | 402.443            |

Fuente: INE y GBP (2016)

La tabla anterior muestra los turistas que juegan al golf en España, los británicos destacan sobre el resto, mencionados en el apartado de la motivación económica destacan los turistas de golf procedentes de los países europeos como son Alemania y Francia. Los turistas jugadores de golf cuya procedencia se sitúa en los países escandinavos están situados en la mitad de la lista (teniendo en cuenta que la lista expuesta refleja los datos de la muestra que interesa analizar. En la lista original del INE, se aprecian los valores de todos los países analizados, de ahí que mencionemos que países escandinavos ocupan la posición intermedia en la lista). Los turistas suecos los que van quedando al final de la cola. En lo que se refiere al conjunto de todos los países escandinavos están posicionándose cada vez mejor en la tabla de los países emisores con un mayor volumen de turistas que juegan al golf. Es necesario mencionar que existe también un dato muy significativo de turistas escandinavos excluyendo a Suecia. El número de turistas de esta procedencia asciende a los 3.269.719.

Resumiendo los datos analizados, destacamos la elevada cantidad de turistas británicos, ascendiendo a 15.000.668. Si tenemos en cuenta que el número de jugadores de golf en Gran Bretaña es de 3.489.970, y que de ellos 402.443 visitan nuestro país. Alrededor del 11% de los jugadores de aquella zona eligen España para la práctica de este deporte.

La cifra de turistas y jugadores de golf británicos queda muy por encima de los nórdicos, representando alrededor del 39% del total de turistas de golf que ha visitado nuestro país. Habida cuenta que el número de turistas de golf es de 1.016.511.

Por su parte, la cifra de turistas suecos que recibimos es de 1.773.947. Teniendo en cuenta que dicho país cuenta 491.401 jugadores de golf, 105.520 representan la cantidad de ellos que eligen España para practicar este deporte. Dato éste de especial relevancia, porque más del 21% de golfistas suecos acaban aquí. Si bien es cierto que las cifras son menores, también hablamos

de una población inferior, pero eso sí, el porcentaje que nos elige es 10 puntos porcentuales superior al británico.

Para apuntillar los datos anteriormente mencionados e incluyendo al resto de países escandinavos, cerca del 19% de jugadores de golf de aquella zona practican este deporte en España.

Podemos concluir ante la información analizada que, aunque la mayor procedencia de turistas es Reino Unido, Alemania y Francia. Son los turistas nórdicos quienes mejor consideran la práctica del golf en España, entendiendo como tal la mayor proporción de golfistas que eligen nuestro país. Cada vez más son los jugadores que durante su estancia vacacional dedican su tiempo a una experiencia para la práctica de golf.

Las cifras anteriores muestran la importancia que tiene en nuestro país el turismo de golf, por lo que se debe poner en valor en las diferentes Comunidades Autónomas de España y en particular en la provincia de Alicante y la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, dada su proximidad y la competencia entre ellas por atraer jugadores de golf.

La estructura de este TFM es la siguiente: en el capítulo segundo se estudia el impacto económico de la industria de golf en Alicante y Región de Murcia. En el capítulo tercero se analiza la perfección de los turistas de golf de los campos de Alicante y Región de Murcia. El último capítulo se extraen las conclusiones y se subrayan las limitaciones de este trabajo.

## **2. IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DEL GOLF EN LA REGION DE MURCIA Y ALICANTE.**

Este apartado intenta a partir de diferentes fuentes bibliográficas subrayar la importancia económica del turismo de golf en los dos espacios de estudio de nuestro Trabajo Fin de Máster (TFM): La región de Murcia y la provincia de Alicante.

### **2.1 El turismo de golf en la Región de Murcia.**

A partir de este momento se intentará focalizar el desarrollo del turismo de golf en la Región de Murcia. La extensa variedad ofertada en esta región de campos de golf de 18 hoyos la dotan de un posicionamiento clave en el ranking de las preferidas para la práctica de golf. Además, el abanico diversificado de instalaciones deportivas, servicios y el gran paraguas gastronómico junto con una climatología excelente durante todo el año, son características diferenciadoras en esta zona. Durante la realización de la encuesta para la obtención de la opinión de los jugadores de golf en esta zona, hemos mencionado los 21 campos de golf más importantes y que se encontraban en activo en esos momentos. Con el desarrollo del proyecto se ha tenido que

actualizar la lista de los campos de golf correspondientes a la Federación Murciana actualizada en 2019. Hasta el momento según la Real Federación española de golf (RFEG) 18 son los campos de golf de 18 hoyos tenidos en cuenta enumerados a continuación: Altorreal (Molina de Segura), Hacienda del Álamo (Fuente Álamo), Roda (San Javier), La Serena (Los Alcázares), La Torre (Roldán), Camposol (Mazarrón), La Peraleja (Sucina), Hacienda Riquelme (Balsicas), Condado de Alhama (Alhama), Los Saurines (Roldán), El Valle Golf (Baños y Mendigo), Mar Menor (Mar Menor), Lorca (Lorca). Un campo de golf de 54 hoyos, La Manga (Cartagena), un campo de 9 hoyos, New Sierra Golf (Balsicas) y un campo de 9 hoyos PITCH & PUTT Torrepacheco (Torrepacheco). 3 campos de 9 hoyos, de los cuáles podemos destacar por la dotación de servicios mencionada entre otros: Resort Club de Golf Sheraton Hacienda del Álamo, quienes han inaugurado un exclusivo hotel gestionado por la cadena Adh y Marriott. El complejo está dotado de un maravilloso spa y wellness center para dar servicio a sus exigentes y distinguidos clientes de golf. Real Club de Golf La Manga, en el que se hospedan en época invernal equipos de fútbol procedentes de ligas nórdicas. Motivados por no poder jugar en sus países de origen por las dificultades climatológicas. El resto de campos de golf dotados con instalaciones deportivas y amplia red de servicios serán nombrados más adelante en el estudio en el apartado de tipos de alojamiento elegidos por el turista de golf durante el periodo de estancia vacacional.

### Ilustración 1. Campos de Golf en la Región de Murcia



Fuente: Impacto socioeconómico de la industria de golf en la Región de Murcia (Universidad de Murcia (2015)

En los últimos años existe un aumento del porcentaje de turista nórdico que elige nuestra zona de la Región de Murcia y la provincia de Alicante como principal destino turístico. Hace unas décadas la zona de la Costa Cálida y la Costa Blanca eran popularmente conocidas por el turismo tradicional de “sol y playa”. El turismo en general, y el turismo de golf en particular, ha aumentado su aportación a la economía de la industria en estos últimos años. Los turistas de golf

nórdicos van aumentando su volumen y optan por la elección de nuestro país como alternativa principal para su destino vacacional y paquete de estancia y golf. En este estudio y análisis de la percepción que el turista escandinavo y británico percibe del sector turismo, se ha trasladado la percepción recibida por el turista de golf, siendo un turista denominado de “cartera”, por lo que supone el gasto que es capaz de soportar este turista durante su estancia. El turismo de golf encaja a la percepción con la temporada del turismo de “sol y playa”. La baja ocupación durante los meses de octubre a marzo es reemplazada por el turismo de golf. Un turismo capaz de aportar por persona una cifra de 205 euros diarios. Siendo ese beneficio destinado no sólo a la actividad de golf propiamente dicha sino que también es capaz de aportar un beneficio económico a otros subsectores ligados al golf. Subsectores tales como empresas de alquiler de coches, restauración o incluso inversiones inmobiliarias. Dándose la circunstancia de que muchos turistas han decidido invertir en una propiedad para uso de segunda residencia en los meses invernales, en los que en su país de origen es inviable la práctica de golf debido a la condición meteorológica.

Iniciarse en el estudio de la percepción y preferencias de los turistas y en particular del turista de golf ayuda y permite defender estrategias de expansión de este turismo, así como delimitar los límites y deficiencias que pueden tener los campos de golf que visitan los turistas. El perfil del turista de golf es de un perfil económico elevado. De la totalidad del pago del green fee según menciona en su artículo:” “El turismo de golf acaba con la estacionalidad”, según el estudio realizado por la Universidad de Murcia, el 31% de la totalidad del gasto, siendo 170 euros de media de gasto diario, que el jugador de golf realiza durante su estancia vacacional va destinado al gasto directo de golf. El resto lo destinan a todo tipo de turismo cultural, actividades de ocio, servicios de alojamiento, alquiler de vehículos, excursiones, compras y todo lo que le pueda proporcionar un “plus” y hacer de su experiencia vacacional única e inolvidable. Hemos de tener en cuenta que se trata de un turista con un elevado estatus social a la vez que se caracterizan por tener una gran formación académica.

Adicionalmente y considerando que los campos de golf están situados en dos provincias y dos comunidades autónomas distintas diferentes, la opinión de los turistas de golf puede resultar muy relevante para encontrar, si existen, diferencias significativas en esos dos espacios físicos. Así mismo dichas consideraciones podrían también condicionar la toma de decisiones de los diversos organismos públicos y privados que participan en la industria del golf.

El turismo nórdico ha sufrido una evolución positiva en nuestra región. Este segmento de turista dispone de un elevado estatus social y económico. Es un turista en cuyo país de origen dispone de rentas elevadas y un sistema educativo envidiable. Siendo el factor diferenciador de nuestro país la climatología, como país receptor de este tipo de turista. Haciendo referencia a lo general como turista y a lo particular como turista de golf, el turismo de golf dispone de una temporada alta contraria al turismo tradicional denominado “sol y playa” con una estacionalidad del 15 junio al 15 de septiembre. Es en esta comparativa en la que el turismo de golf deja marcada su importancia de acabar con el mayor factor desfavorable para nuestra economía turística, la

estacionalidad. El turismo de golf encaja perfectamente y colabora positivamente contra esa estacionalidad. La temporada baja del golf (julio, agosto y navidades) es la temporada alta del turismo vacacional tradicional. Los meses de verano son calurosos y poco aliados del golf; a lo que Navidad se refiere, los turistas de golf procedentes en su mayoría de los países escandinavos aprovechan estas fechas que coinciden con el periodo vacacional escolar para disfrutar y pasar tiempo en familia.

El turismo de golf actúa como un elemento desestacionalizador en la región y así lo justifica el último acuerdo iniciado entre el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (Itrem) y el país nórdico de Dinamarca. Dicha iniciativa cuenta con 19 operativas durante el año 2018, ha supuesto el recibimiento de 21.000 viajeros y 140.000 pernoctaciones. Cabe destacar que los principales países emisores de turistas de golf proceden de 10 países europeos, destacando los principales turistas de golf objeto del estudio como son nórdicos procedentes de Suecia y Dinamarca, y británicos.

Esta nueva operativa es una oportunidad para dar a conocer nuestra Región de Murcia como destino competente mostrando las infraestructuras de los distintos resorts de golf, potenciando la llegada de potenciales clubes daneses y aprovechando la diversificación de servicios de las ciudades situadas alrededor de cada uno de los resorts de golf. El objetivo es conseguir la Región de Murcia como destino “City – Golf”. El significado de “City – Golf” puede ser definido como la promoción de los resorts de golf para aumentar su ocupación en temporada baja, unido con la promoción y desarrollo de la diferente oferta turística ofrecida por las ciudades ubicadas en la periferia para la organización de actividades complementarias tales como, compras, visitas culturales, ocio nocturno, actividades con contacto con la naturaleza entre otras.

Si se consigue el objetivo de las “City – Golf”, se conseguiría una repercusión económica local de la Región de Murcia, obteniéndose así unos beneficios a nivel local positivos como un aumento del empleo obteniendo así una economía de mayor calidad. La comercialización y promoción de Murcia como marca en el mercado escandinavo está teniendo un alcance máximo. Las relaciones entre los gerentes de campos de golf y tour operadores escandinavos crean un amplio trampolín y estas relaciones profesionales son fundamentales en las ferias especializadas del sector. Dicha iniciativa comercial materializada entre el Instituto de Turismo de La Región de Murcia (Itrem) y el Tour Operador Green2Green ha significado un beneficio para los complejos hoteleros de la zona, La Manga Club, Hotel La Torre Golf y el complejo Sheraton Hacienda del Álamo, recientemente inaugurado por la cadena Adh y Marriott.

Concluir destacando y enfatizando las sinergias existentes entre turismo y deporte de golf, la actividad turística del golf actúa como motor desestacionalizador en la Región de Murcia, como producto diversificador de la oferta turística puesto que es un complemento perfecto al tradicional turismo de “sol y playa”, como motor enriquecedor de la economía local y empleo de calidad y finalmente como valor añadido, ya que colateralmente desencadena en beneficios para otros



sectores tales como las empresas de alquiler de vehículos, restauración, sector hotelero. Claro ejemplo es el aumento de camas y hoteles en la Región de Murcia donde se localizan complejos de golf con restauración mediterránea elaborada, además dentro de los resorts de golf son encontradas instalaciones que ofrecen todo tipo de servicios para atender las necesidades de los turistas de golf. Muchos de estos resorts cuentan con spa dotados con profesionales que realizar todo tipo de masajes y tratamientos para ofrecer al turista un elevado estándar de calidad y descanso. El Hotel Intercontinental Mar Menor Golf Resort & Spa gestionado por la cadena Ihg, es un ejemplo en la Región de Murcia de cómo hacer sentir al cliente especial. La cadena cuida cada detalle proporcionando una cálida bienvenida a cada cliente, independientemente sea cual sea el motivo de su viaje, vacacional, de negocios o para jugar al golf. Cuentan con su “Guest Experience Service”, es decir, la satisfacción de su experiencia vacacional, proporcionando al cliente hospitalidad y una atención de mayor calidad durante su estancia, sintiéndose atendido. Es un valor añadido para su estancia.

**Tabla 2. Importancia del turismo de golf en la Región de Murcia**

| 2017                          | 2018                                  |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| 150.000 TURISTAS DE GOLF      | 165.000 TURISTAS DE GOLF<br>(+10 %)   |
| 514.495 SALIDAS               | 545.000 SALIDAS<br>(+5,9 %)           |
| 2.000.000 PERNOCTACIONES      | 2.079.000 PERNOCTACIONES<br>(+3,95 %) |
| 261,7 MILL. EUROS DE INGRESOS | Sigue aumentando                      |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las previsiones del Instituto de Turismo de la Región de Murcia publicado en “La Verdad” con el título “El Turismo de golf acaba con la estacionalidad.”

Según las cifras proporcionadas por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia en la tabla 2, los turistas que nos visitaron durante el periodo de 2017 y extrapolando los datos al año 2018, la tendencia del turismo de golf refleja una visión positiva en la cifras de beneficios generados en la región. La recepción de turistas de golf en 2017 alcanzó cifras de 150.000 turistas, aumentando en 15.000 en este año 2018, suponiendo un incremento del 10 por ciento con respecto al año 2017.

Las salidas a campos de golf quedan registradas en 2017 y justificadas con cifras que alcanzan las 514.495 salidas, con una cantidad en 2018 con 545.000 salidas. El incremento de salidas al campo se evalúa en un 5,9 por ciento. Un mayor número de rondas incrementa el beneficio explotado de cada campo.

Las pernoctaciones en los diferentes tipos de alojamientos elegidos para el disfrute y la práctica de golf van en aumento, desde las 2.000.000 de pernoctaciones en 2017 a las 2.079.000 en 2018, alcanzando el 3,95 por ciento de aumento. La curva de crecimiento de ingresos tiende al alza partiendo de la cifra de casi 262 millones de euros.

En la Región de Murcia el turismo se ha desarrollado desde nuestro punto de vista de forma eficiente durante los últimos años. El tipo de turismo en la región ha evolucionado pasando de un turismo tradicional de “*sol y playa*” a un turismo con una mayor capacidad adquisitiva, de tal forma que el gasto de estos turistas incurre de manera positiva en el beneficio económico de otros sectores contribuyendo al desarrollo de los mismos.

Como ha quedado reflejado en las cifras anteriores, el turismo golf en la Región de Murcia está teniendo aspectos beneficiosos, creando una imagen positiva de la zona y atrayendo la inversión de otros promotores turísticos. El turismo de golf ha propiciado ventajas en la desestacionalización de la industria turística. Además, el segmento de mercado de turistas es más diversificado. Al existir variedad de productos turísticos existe un turista más diverso y el gasto de los mismos se reparte entre la amplia oferta turística.

Con la misma similitud que ocurre en el resto de España, la industria del golf está cada vez más asentada en Murcia, con el entramado de red e infraestructuras alrededor de ella de todo tipo, desde hotelera, gastronómica, transporte o deporte entre otras, lo que contribuye con unos valores económicos elevados a frenar la estacionalidad que en periodos anteriores se veía afectada la zona. La inversión en campos de golf en los últimos años ha influido para que la Región de Murcia aumente la recepción de turistas nacionales como internacionales. Además, el desarrollo turístico del deporte de golf y todo lo que alrededor suyo conlleva es positivo económicamente. La organización de eventos deportivos, campeonatos nacionales e internacionales mueve cifras de turistas de golf, gasto medio realizado in situ, empleo generado en la zona, y estancias vacacionales más largas con las siguientes cifras representativas para la Región de Murcia, según el estudio “Impacto socioeconómico de la industria de golf en la Región de Murcia”:

- Movimiento de turistas. 5.000.000 de turistas, siendo 862.295 turistas extranjeros en 2015. Las pernoctaciones en la zona por estos turistas alcanzaron los casi 38 millones. La estancia media de días alojados en los distintos tipos de alojamiento, sea villa, apartamentos, hoteles o propiedad del turista es de 9 días. La Región de Murcia ocupa el segundo lugar de comunidades autónomas con la estancia más elevada siendo de 13 días; la comunidad con mayor estancia es Asturias con una estancia de los turistas

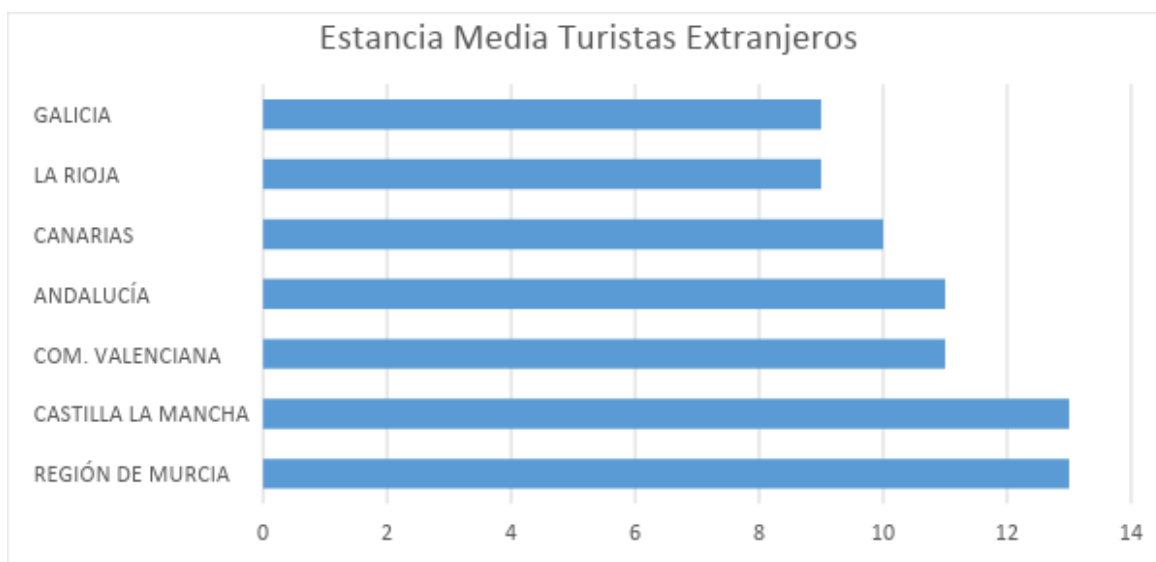
extranjeros de 14 días; siguen comunidades como Castilla La mancha con 13 días, Comunidad Valenciana y Andalucía alcanzan una estancia de 11 días; Canarias 10 días y finalizamos con La Rioja y Galicia que alcanzan cifras de 9 días. Cuando hablamos de turistas nacionales la estancia mínima vacacional es de 6 días. Existe una diferencia entre la estancia de los turistas extranjeros y los nacionales. Casi el doble en espacio de tiempo dedica el turista de golf extranjero en disfrutar de sus vacaciones en este destino nacional a diferencia del turista local. Esta acción implica un mayor gasto diario en la región con consecuencias positivas desarrolladas en los puntos siguientes.

**Tabla 3. Demanda Extranjera de golf**



Fuente: Impacto socioeconómico de la industria de golf en la Región de Murcia (Universidad de Murcia (2015))

**Tabla 4. Estancia media turistas extranjeros**





Fuente: Impacto socioeconómico de la industria de golf en la Región de Murcia (Universidad de Murcia (2015))

- Impacto socioeconómico del turismo. Aportación al PIB turístico 2.775 millones de euros. Datos referentes al año 2014. Casi el 10,5% aporta al PIB.
- En lo referente a empleo. Las cifras pueden clasificarse en empleo directo, superior a 47.000 y la suma de empleos indirectos asciende a 8.000 puestos de trabajo generados. Contribuye con más de un 11% del empleo regional. Encontramos un dato impactante en esta región, según la ubicación del campo de golf en Murcia. Más de la mitad de las diferencias de empleo haciendo una comparativa con los campos similares en tamaño de España se ve influenciado según la distinta aplicación de impuestos como es el caso del IBI y la diferencia en el coste de los suministros de agua.
- La Región de Murcia es el quinto destino nacional que recibe más turistas internacionales de golf después de Andalucía, Islas Baleares, Canarias y Comunidad Valenciana. Un 38% de los green fees vendidos en Murcia corresponde a turistas de golf británicos. Más del 30% de esos green fees proceden de los países nórdicos.
- El turista de golf cubre casi un 70% de la estacionalidad ocupando sus picos de estancia más elevados entre los meses de octubre y mayo.
- Referente al gasto medio diario realizado por los turistas de golf adquiere gran peso, tanto en la procedencia de turista sea nacional o internacional, como en el tipo de turista tradicional o de golf.
  - Turista de golf extranjero: 170 euros.
  - Turista de golf nacional: 96 euros.
  - Turista tradicional extranjero: alrededor de 85 euros.
  - Turista tradicional nacional: alrededor de 60 euros

En definitiva y según este estudio, el impacto económico de la Región de Murcia se concreta en las siguientes cifras:

- 225 millones de euros, lo que supone 0,8 de aportación al PIB regional y un 8,1% del PIB turístico regional.
- 34 empleos directos por campo de golf, lo que supone aproximadamente 600 empleos directos relacionado propiamente con esos campos de golf. Además también se estima que hay otros 600 indirectos vinculados a empresas que prestan sus servicios en las instalaciones.



- El total de empleo generado, incluyendo el inducido, se evalúa en 4200 empleos.

## 2.2 El turismo de golf en la provincia de Alicante.

A partir de este momento se procede a la realización de un análisis de la provincia de Alicante en términos semejantes al epígrafe anterior. Esta región ha sufrido también en los últimos años un desarrollo de la actividad de golf ascendente. La tipología y perfil del turista requiere también una matización importante que debe ser destacada. Primero comenzamos nombrando el número de campos de golf ubicados en la Región de Alicante. Existen 23 campos de golf, destacando los siguientes por ser los más elegidos por el segmento de mercado estudiado en la encuesta de análisis. Campo de golf de Las Ramblas Campoamor, Villamartín Golf, Real Club de Golf Campoamor Resort, La Finca Golf. La Comunidad Valenciana ha tenido una evolución de los campos de golf desde 2004 con 21 campos de golf y llegando en 2015 a 29 campos según el estudio de la Cámara de Comercio de Alicante. (Cámara de Comercio, (2016)).

Ilustración 2 Campos de golf en la provincia de Alicante.

### Campos de golf. Provincia de Alicante

Fuente: Agència Valenciana del Turisme y elaboración propia



Fuente: “Impacto económico del sector de golf de la provincia de Alicante”.  
Gabinete de Estudios de la Cámara de Comercio de Alicante (2016).

Los campos de golf según la Real federación Española de Golf (RFEG) en la región de Alicante y 2019 son los siguientes: Meliá Villaitana, Benidorm (36), La Sella, Dénia (27), El Plantío, Alicante (18 + 9 PAR 3), Villamartín, Orihuela (18), Campoamor, Orihuela (18), Las Ramblas, Orihuela (18), La Marquesa Rojas (18), Bonalba, Mutxamiel (18), Alenda, Monforte del Cid (18), Alicante, Playa de San Juan (18), La Finca, Algorfa (18), Lo Romero, Pilar de la Horadada (18), Vistabella, Orihuela (18), Font del Llop, Monforte del Cid (18), Las Colinas, Orihuela (18), Ifach, Benissa (9), Altea, Altea (9), Jávea, Jávea (9) y Puig Campana, Finestrat (9).

Golfindustria, en su artículo “*El golf incrementa su aportación al desarrollo turístico de la Comunidad Valenciana durante el primer semestre de 2018*” realiza una comparativa entre los valores económicos aportados durante el primer semestre del año 2018 por la actividad turística del golf. Tras el estudio y recopilación de datos a lo que a salidas al campo se refiere; los campos que han tenido en cuenta en este artículo para determinar el número de salidas al campo son entre otros: “*Alenda, Alicante Golf, Altea, Bonalba, El Plantío, Ifach, Jávea, La Finca, La Marquesa, Las Ramblas, Lo Romero, Meliá Villaitana Levante y Poniente, Puig Campana, Campoamor, Villamartín, Vistabella, Mediterráneo, El Saler, El Bosque y Font del Llop*”. Golfindustria deja evidencia en su artículo “un ascenso del 5.56% en los datos recogidos durante el primer semestre de 2018 lo que ha supuesto un incremento de 23.539 salidas en el periodo analizado”.

**Tabla 5. Empleo generado por el turismo de golf en Alicante**

| Número de personas             |
|--------------------------------|
| PUESTOS EMPLEO TOTAL 1.075     |
| <b>Directo + Indirecto 530</b> |
| Directo 499                    |
| <b>Indirecto 31</b>            |
| Inducido 545                   |

Fuente: Cámara de Comercio de Alicante (2016)

La actividad económica en los campos de golf genera un elevado número de puestos de empleo, estos puestos están directamente relacionados con la actividad (499) y a su vez desarrolla una cadena de puestos de trabajo paralela a la misma. Esa cadena de puestos de trabajo es

considerada puestos de empleo indirectos (31). A su vez, existen sectores de otras actividades que de forma inducida generan otros puestos de trabajo (545). La cantidad total de puestos generados tanto directos, indirectos e inducidos por la actividad de golf generan un impacto total de 1.075 empleos.

**Tabla 6. Impacto económico del turismo de golf en la CC. AA. Valenciana**

|                                 |                      |
|---------------------------------|----------------------|
| <b>Producción</b>               | <b>181,5 mill. €</b> |
| Impacto indirecto               | 69,4 mill. €         |
| <b>Impacto inducido</b>         | <b>189,2 mill. €</b> |
|                                 |                      |
| <b>PUESTOS EMPLEO TOTALIDAD</b> | <b>7518</b>          |
| <b>Directos</b>                 | <b>3482</b>          |
| Indirectos                      | 869                  |
| <b>Inducidos</b>                | <b>3166</b>          |

Fuente: Cámara de Comercio de Alicante

Como se puede comprobar en las tablas anteriores, los efectos arrastre del turismo de golf tanto en la CC.AA. Valenciana como en la provincia de Alicante en particular son importantes tanto en la producción, rentas y empleo. El impacto económico se traduce, según las estimaciones realizadas por la Cámara de Comercio, en 0,26% y 0,80% del PIB de la CC.AA. y Alicante, respectivamente. En los mismos términos, el porcentaje de empleo ocasionado por el turismo de golf supone el 0,43% y 1,27% del total de la CC.AA. y Alicante, respectivamente.

Considerando el estudio realizado por la Cámara de Comercio, se puede destacar los siguientes puntos en referencia al turista de golf nórdico:

- El gasto medio diario por turista en la provincia de Alicante corresponde a 120 euros.
- La estancia media mínima empleada por los jugadores de golf asciende a 10 días.
- El tipo de alojamiento elegido para la estancia vacacional durante la práctica de golf es alojamiento en propiedad con casi el 50%. Comparándolo con el alojamiento hotelero que es mínimo y hace referencia al 13%.
- Respecto al género apreciamos que el 73% de turistas extranjeros que practican golf son hombres y sólo el 27% corresponde a mujeres.
- El segmento de edad más marcado es entre los 45 – 64 años.
- El nivel de estudios del segmento de turista extranjero que practica golf en Alicante con estudios superiores adquiere un valor del 85%.
- Los datos de nivel de actividad económica se basan en el 71% de ocupación

profesional con tan sólo un 2% de actividad económica destinada a labores domésticas, un 1% de estudiante y un 24% de los turistas extranjeros son jubilados.

- El 47% forma parte del círculo de empresarios en términos profesionales.

### **3. PERCEPCIÓN DEL TURISTA DE GOLF NÓRDICO DE LOS CAMPOS DE GOLF DE ALICANTE Y REGION DE MURCIA.**

Este apartado tiene como propósito centrarse en el objeto básico del TFM como es el análisis de las preferencias y percepción de los jugadores de golf en su visita a los diferentes campos de golf de Alicante y Región de Murcia. Para ello dedicaremos dos epígrafes: Uno primero, dedicado a destacar la ficha técnica de estudio. Otro, dedicado a explotar y analizar los resultados de la encuesta realizada.

#### **3.1. Ficha técnica del estudio.**

*Ámbito:*

Internacional y nacional.

*Fecha de realización:*

Verano 2018 – primavera de 2019

*Universo:*

Población procedente de países nórdicos preferentemente de Suecia, Reino Unido y España de ambos sexos de 18 años y mayores.

*Tamaño de la muestra:*

Enviadas: 217 encuestas online.

Realizadas: 138 encuestas online.

*Puntos de Muestreo:*

Encuesta enviada on-line a turistas jugadores de golf relacionados anteriormente.

#### *Procedimiento de muestreo:*

La selección de las unidades primarias de muestreo (individuos) y de las unidades secundarias (campos de golf) han sido tomadas de forma aleatoria, considerando también cuotas de sexo y edad aleatorias.

Los estratos se han formado considerando las 3 potencias emergentes de turistas que eligen como destino para la práctica de golf España. Los cuestionarios se han aplicado mediante la elaboración de una encuesta online con las cuestiones consideradas relevantes para la obtención de datos relevantes para analizar qué opinión perciben los turistas que practican golf procedentes de los países mencionados con el objetivo de alcanzar estrategias para la consecución de una industria turística sostenible y consolidada.

#### *Error muestral:*

Para la estimación de la proporción de encuestados que eligen una opción frente al resto en la condición de máxima incertidumbre (mayor error) que se da si la población está al 50% entre ambas opciones ( $p=q=0,5$ ) con 138 encuestas para población infinita, el error sería de un máximo de 8,34 puntos porcentuales con un 95% de confianza.

#### *Herramientas de captación de clientes:*

Se ha elaborado una encuesta online con 18 preguntas haciendo un estudio de mercado mediante realización de un análisis, a continuación se explican cada una de las cuestiones que han sido consideradas en la encuesta online. Tras el envío del cuestionario se han recibido un total de 138 respuestas, las cuales han permitido realizar un estudio de mercado para determinar cuál ha sido la percepción del turista de golf nórdico de los campos de la región de Murcia y Alicante con el fin de obtener estrategias para alcanzar políticas de actuación que sirvan para afrontar estrategias de desarrollo sostenible en la industria turística de golf.

### **3.2 Explotación y análisis de la encuesta:**

En los párrafos siguientes se intenta estudiar las respuestas de los jugadores de golf a las diferentes preguntas de la encuesta. Se intentará en cualquier caso encontrar relaciones y elementos entre ellas y la realidad del turismo golf para enriquecer lo máximo el TFM.



**Gráfico 1. Campos de golf de la provincia de Alicante y frecuencia de respuestas por campo.**



Fuente: Elaboración propia.

La encuesta ha permitido agrupar las respuestas según el número de visitas recibidas. La segmentación se ha realizado en cuatro grupos.

El primer grupo consta entre 110 y 80 jugadores, dónde se pueden apreciar los siguientes campos de golf: Las Ramblas, Villamartín, Real Club Campoamor, Las Colinas Golf & Country Club y Lo Romero. Las similitudes de porqué los jugadores de golf nórdicos, británicos y españoles consideran estos campos de golf idóneos para su juego serán explicadas en la pregunta número 12 de la encuesta, relacionando así ambas preguntas según en qué campos de golf ha jugado y cuál ha sido el campo favorito durante su visita a España. Las Colinas Golf & Country Club se coloca en la cabeza, porque es un campo espectacular de 18 hoyos, con instalaciones de todo tipo. Las instalaciones marcan una gran diferencia para que un jugador elija un campo u otro. La casa club junto al restaurante son imprescindibles junto a la alternativa de alojamiento dentro del mismo resort de golf.

La oferta turística y de alojamiento del campo de golf Las Colinas Golf & Country Club hacen que se sitúe en el top de la lista del ranking de los campos elegidos con prioridad. Esta cuestión de la encuesta es fundamental para empezar con el análisis de la percepción del turista de golf nórdico. De la totalidad de las respuestas contestadas de la encuesta online, 110 jugadores de golf han seleccionado el campo de golf Las Colinas como el número uno para la práctica de golf. Este campo dispone de toda la gama de servicios e instalaciones que un campo de golf debe proporcionar al cliente para desarrollar y aportar los valores de atención necesarios en la

satisfacción del cliente. Las Colinas golf & Country Club dispone de apartamentos y villas de lujo para dar alojamiento tanto a parejas como a grupos, la gran mayoría de jugadores de golf encuestados en el estudio viaja en grupo y con amigos. Dispone de una amplia gama de instalaciones deportivas como oferta complementaria para el disfrute del deporte. Los jugadores pueden disfrutar de pistas de tenis, pádel, gimnasio y senderos paisajísticos para recorrer caminando o en bicicleta. En su casa club encuentran una tienda con todo el surtido de equipación de golf, además de dos restaurantes uno de sushi y otro de comida tradicional y mediterránea. Además de la excelente comunicación al aeropuerto de Alicante. Este último con una amplia oferta aérea comunicando los principales países emisores de turistas de golf como son Reino Unido y Suecia.

El segundo grupo formado por la recepción de jugadores englobando la cantidad entre 79 y 50 jugadores de golf. Los campos de golf englobados en este grupo son: La Marquesa y La Finca.

El tercer grupo entre 49 y 20, agrupa campos de golf tales como Alicante Golf, El Plantío, Font del Llop, Bonalba, Vistabella, La Sella, Alenda Golf, Altea y Meliá Villaitana.

El cuarto grupo de campos de golf que reciben un menor número de visitantes sería el grupo de menos de 20 jugadores. Club de Golf Ifach, Puig Campana y Jávea pertenecen a este grupo.

A continuación son nombrados algunos campos de golf que durante el período de la realización de encuestas fueron incluidos en el estudio, pero que en este 2019 no han sido incluidos en la guía de campos de golf dotada por la RFEG, siendo el estudio iniciado en 2018.

El Pitch and Putt de 18 hoyos de Sierra Cortina ubicado en Finestrat recibe a un número menor de jugadores en su campo. De los 138 encuestados pasan por su campo, idóneo tanto para principiantes que se inician en el mundo del golf como para jugadores ya expertos, 12 golfistas.

El campo de golf Las Rejas de Benidorm por ejemplo, a pesar de ser un campo muy bueno para los jugadores que inicien su juego o para que jugadores experimentados perfeccionen el juego corto, recibe un número excesivamente bajo de visitantes.

Analizando la pregunta 2, observamos que existen diferencias en el número de visitas que realizan los jugadores de golf turistas a los campos de golf de la Región de Murcia en comparación con lo subrayado anteriormente en los campos de Alicante.

El segmento primero no está representado en la Región de Murcia, siendo el segmento dos, 70 y 50 jugadores, el más representativo con lo siguientes campos: Mar Menor Golf y La Roda Golf & Beach Resort con un total de 79 y 77 personas. Le sigue en importancia Club de Golf de Torrepacheco, Altoreal, la Torre Golf, Hacienda del Álamo y el Real Club de Golf la



Manga.

El tercer segmento, entre 49 y 20 visitas de jugadores, se compone de los siguientes campos: la Serena, el Valle, Peraleja, la Tercia, New Sierra Golf, Lorca Golf, Hacienda Riquelme y Alhama Signature.

Ambos grupos representa un 86% de la oferta total de campos de la Región de Murcia. El cuarto grupo no tiene prácticamente visitas debido posiblemente que actualmente están cerrados.

En definitiva, el análisis de ambas preguntas sugiere que:

- La oferta de Alicante es más madura que la de la Región de Murcia.
- La Región de Murcia tiene recorrido en el terreno del turismo de golf.

**Gráfico 2. Campos de golf de la Región de Murcia y frecuencia de respuestas por campo.**



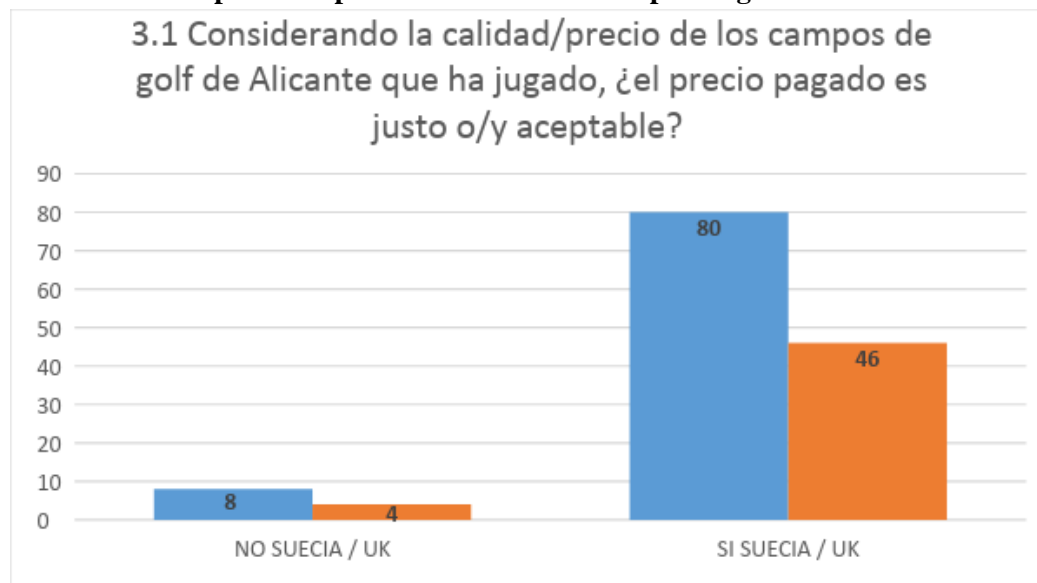
Fuente: Elaboración propia.

La tabla siguiente muestra la percepción que tiene los turistas de golf del precio pagado por los derechos de juegos de los diferentes campos.

El color azul representa a los jugadores de golf procedentes de países nórdicos (preferentemente de Suecia). De la totalidad de 98 encuestados, 80 jugadores (90,9% de los encuestados) consideran que el precio es acorde y razonable en los campos de golf situados en la Provincia de Alicante. Y sólo 8 jugadores perciben que ese precio no es equilibrado con la calidad del campo visitado.

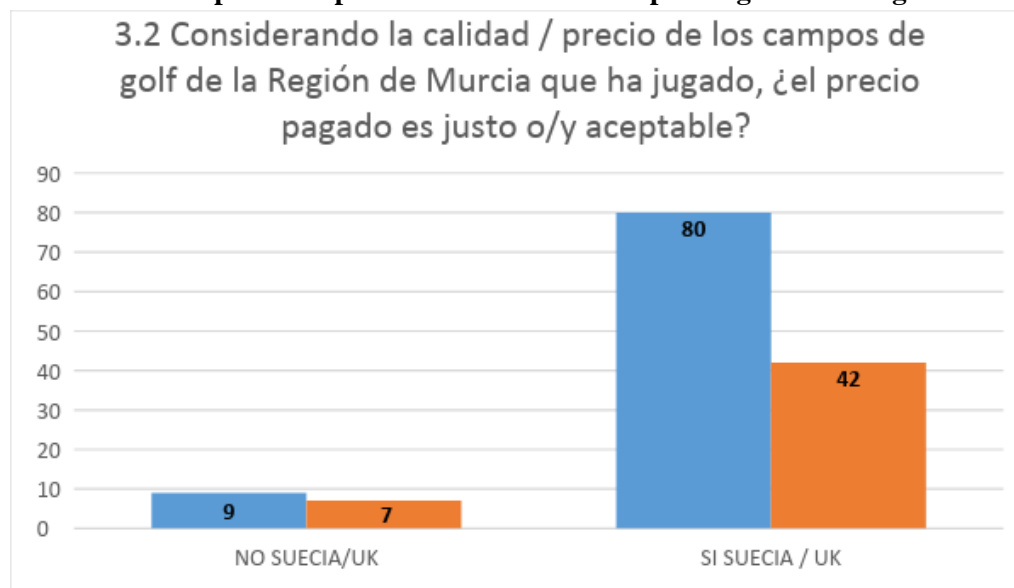
La representación británica y española viene dada por el color anaranjado. Correspondiendo un total de 48 jugadores (92% de los encuestados) que han considerado que la relación calidad / precio de los campos de golf de Alicante es aceptable; y sólo 4 jugadores han coincidido que el precio es un poco elevado comparando la calidad percibida en su juego en las instalaciones y campo de golf visitados.

**Gráfico 3. Percepción del precio/calidad de los campos de golf de Alicante.**



Fuente; Elaboración propia.

**Gráfico 4. Percepción del precio/calidad de los campos de golf de la Región de Murcia.**



Fuente: Elaboración propia.

Analizando los datos del gráfico de más arriba podemos encontrar unos resultados muy similares a los de Alicante, aunque un poco inferior en su aceptación. Es decir, alrededor de un 88% de los encuestados consideran un precio aceptable sobre los servicios recibidos. Siendo un 89,88% de jugadores nórdicos los que consideran apropiado el precio pagado por el green fee, mientras que el porcentaje de británicos conformes desciende a un 85,7%.

Por tanto, podemos concluir a esta cuestión que la percepción de calidad/precio en Alicante es levemente superior a la que tienen los turistas de golf en Murcia. En el caso del turista nórdico, la aceptación apenas varía un 1%. Sin embargo, en el caso de los británicos varía alrededor de un 6%.

**Gráfico 5. Disposición a pagar por derechos de juego**



Fuente: Elaboración propia.

Esta cuestión refleja qué precio están dispuestos a pagar por green fee los jugadores de golf. El color azul está delimitado por el precio a pagar y el color anaranjado representa la cantidad de jugadores dispuestos a pagar esa tarifa. De los 138 encuestados sólo 3 jugadores están dispuestos a pagar el green fee a 150 euros. La cantidad elegida a abonar por el mayor número de jugadores corresponde a 100 euros.

Hay una mínima cantidad de jugadores que ha elegido una cifra relativamente pequeña a abonar y que no se considera como precio establecido en ningún campo de los que hemos

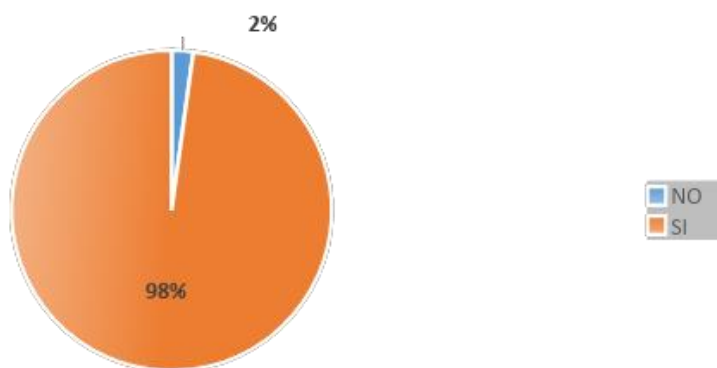
analizado. Esa cantidad corresponde a 10, 20 y 30 euros.

Considerando una cantidad de precio similar, podemos considerar la tarifa de los 40 euros como referencia de una tarifa económica. En la mayoría de los campos de ambas regiones, tanto Murcia como Alicante, la hora establecida como twilight, franja horaria determinada según la temporada a partir de la 13.00 h y hasta las 16.00 h, estaría dentro de esa tarifa.

Aunque no se ha hecho un análisis riguroso de los precios ofertados por los diferentes campos de golf de la zona de estudio, pero considerando la experiencia personal que tengo en el sector turístico del golf, se puede decir que los jugadores de golf consideran aceptable el precio/calidad de los diferentes campos de golf en ambas zonas de estudio. Así lo podría corroborar el análisis de la siguiente pregunta, además de reflejar que no hay diferencias significativas en el precio ofertado de los campos de golf de Alicante y Región de Murcia.

**Gráfico 6. Diferencias de precio de los campos de golf de Alicante y Región de Murcia.**

### 5. El precio señalado anterior: ¿Sería en términos medios igual en los campos de golf de Alicante y Murcia?



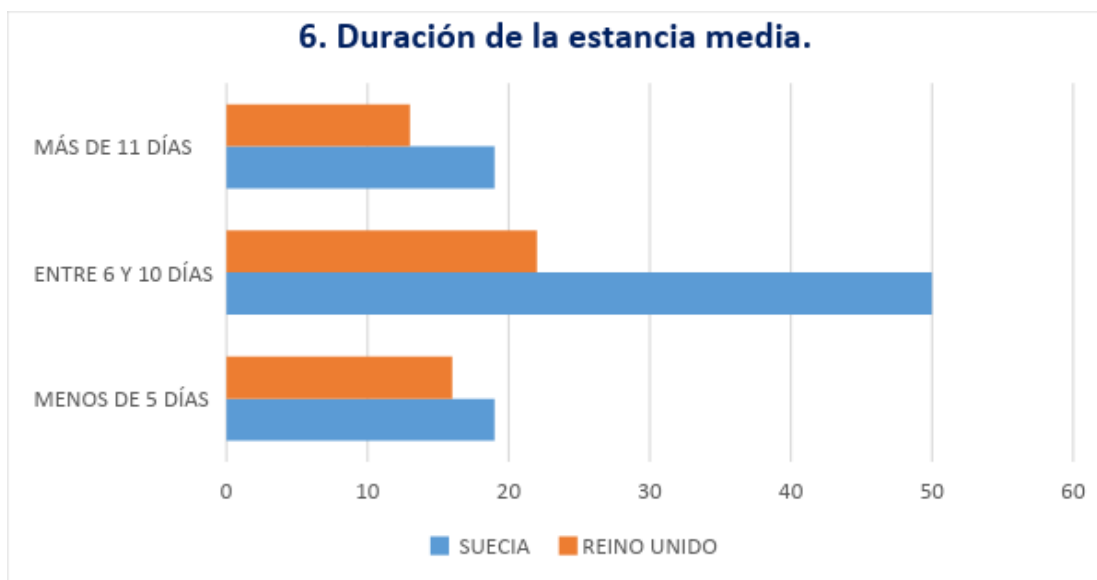
Fuente: Elaboración propia.

En la tabla siguiente se analiza comparativamente la duración de la estancia de jugadores procedentes de Reino Unido y países nórdicos. La procedencia del jugador de golf marca cierta disparidad entre ellos: El jugador nórdico por término medio tiene una duración de estancia más larga que el resto de jugadores. Al mismo tiempo, la duración media de la estancia se sitúa entre 6 y 10 días. Estos resultados están en concordancia con lo que la experiencia demuestra en el sentido de que la gran mayoría de jugadores viajan a nuestro país con Tour Operadores (TT.OO), se alojan alrededor de una semana y eligen dentro de su paquete turístico entre 6 y 9 rondas de golf.

Este resultado avala el impacto económico estudiado en diferentes estudios reflejados en el apartado anterior tanto por la desestacionalidad del turismo de golf como por la duración media de la estancia más larga que turismo tradicional.

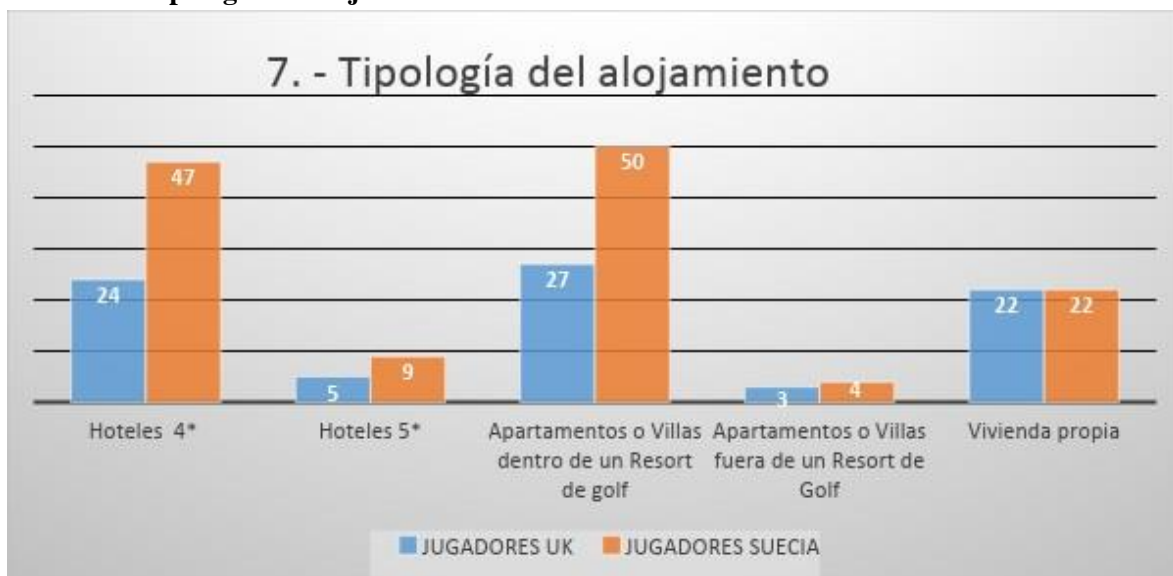
### Gráfico 7. Duración de la estancia

El análisis siguiente se une también con el estudio de las respuestas de la siguiente pregunta y que se representa en el gráfico 8



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 8. Tipología del alojamiento**



Fuente: Elaboración propia

La tipología de turistas de golf jugadores de golf, tanto británico como nórdicos, es coincidente. En la gran mayoría son grupos de amigos, con un paquete vacacional contratado a través de TT.OO, los cuales abonan la estancia al establecimiento hotelero de 2 a 4 semanas de antelación a la llegada del grupo. El paquete de golf consta de una estancia y rondas de golf, desayuno y buggy, por lo general incluido. Este tipo de turista elige como alojamiento apartamentos o villas dentro de los complejos de campos de golf debido a que esos días invierten su tiempo a la práctica de este deporte en la gran totalidad del día, pero este turista conocido por “tirar de cartera” según término acuñado por María Jesús Peñas (Peñas, M.J., (2018).

El siguiente tipo de alojamiento elegido son hoteles de categoría de 4\*, con instalaciones diversas como campos de fútbol, gym o spa para la práctica de masajes y tratamientos complementarios durante su estancia.

Como se ha mencionado en otras ocasiones, el turista de golf se caracteriza por la búsqueda de estándares de calidad elevada durante su estancia vacacional sin renunciar a ningún tipo de servicio, es un cliente exigente y de calidad, que apuesta por una estancia única e inolvidable, la cual no duda en repetir y compartir con sus círculos más cercanos. El cliente de golf escandinavo y británico se mueve por el tradicional boca / oído.

La consecución del bienestar de los clientes si este turista experimenta una customer experience positiva repercutirá positivamente en las ventas del establecimiento hotelero y en la



consecución del beneficio óptimo.

**Gráfico 9. Localización de la estancia vacacional.**



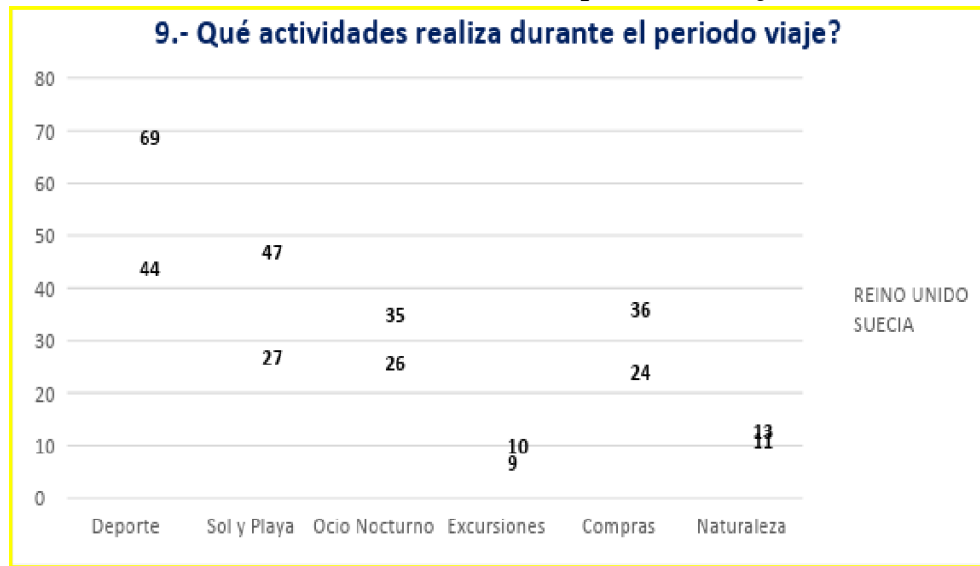
Fuente: Elaboración propia.

El gráfico anterior señala el porcentaje de turistas que se alojan en la región de Murcia, 35%, y Alicante, 65%. Los encuestados definieron una serie de variables por la cuales se decantaron por la elección de Alicante como primera opción de destino vacacional. La mayoría de encuestados afirmó que la disponibilidad de vuelos y horarios de llegada en el aeropuerto de Alicante posicionaron esta provincia por delante de la Región de Murcia en su decisión final. Otra muestra de los encuestados definía la opción de Alicante por la proximidad a la zona de playas, ya que iban acompañados por familiares los cuales no jugaban al golf y la posibilidad y alternativa de disfrutar de la playa y del ocio nocturno hacía que eligieron Alicante.

Esta pregunta de control avalaría los resultados presentados en los gráficos 1 y 2 y justificaría la conclusión que la Región de Murcia tiene recorrido en el turismo golf, siempre que haya una apuesta decidida y planificada por lo actores del sector turístico y en particular los agentes que participan el sector turístico de golf.



**Gráfico 10. Actividades realizadas durante el periodo de viaje.**



Fuente: Elaboración propia.

La primordial actividad realizada por los turistas de golf en sus vacaciones es el deporte de golf y todo lo relacionado con éste, mencionado anteriormente en la cuestión de las instalaciones deportivas como elección del campo de golf. Gimnasio, pádel, tenis son algunas de las actividades favoritas de los turistas extranjeros. A continuación aparece la visita de las zonas costeras, ocio nocturno, en ambas las diferentes tipologías de jugadores de golf (nórdicos, británicos y españoles).

Los hombres, según la encuesta, optan más por el ocio nocturno, a diferencia de las mujeres, que según este estudio prefieren dedicar el tiempo que les queda libre después de la práctica del deporte a la actividad de las compras.

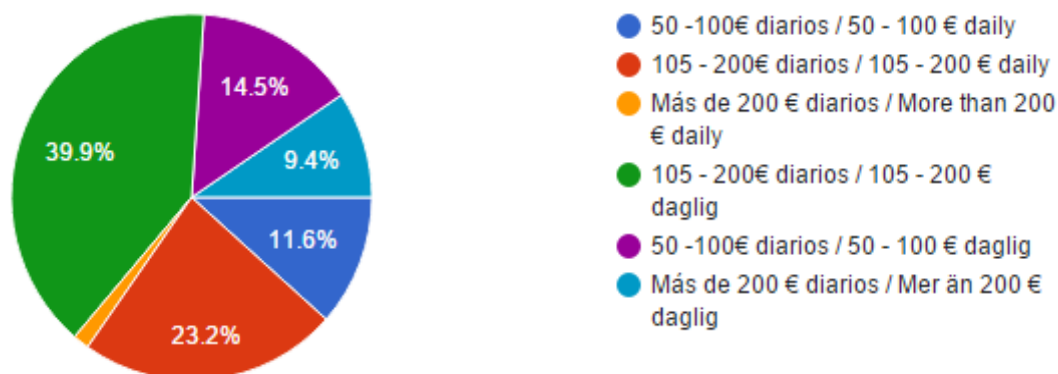
Y por último el resto opta por el contacto con la naturaleza y el tiempo de ocio al aire libre.

En definitiva, el turismo de golf, es un turismo muy compatible con otros segmentos turísticos como puede ser el turismo de sol y playa, e incluso, a su vez con el turismo cultural. Hoy en día la experiencia del cliente es lo más importante en cuanto a la satisfacción. La valoración del destino turístico recibida por el turista de golf está equilibrada en la balanza en cuanto a recibir, tanto una experiencia de calidad como una amplia oferta de calidad.

Cada vez más existe una tendencia a encontrar una amplia segmentación de los clientes

porque así convertimos el destino turístico en más competitivo, esta tendencia aleja a los mercados de golf por cierta percepción de precios elevados por la calidad ofrecida, pero sin duda hay que apostar por la búsqueda experiencias que fidelice ese segmento de turistas.

**Gráfico 11. Gasto realizado durante su estancia.**



Fuente: Elaboración propia

La apreciación del gasto diario por cada jugador turista de golf se encuentra segmentada entre las dos nacionalidades: la primera estimación de gasto diario referido a 50 – 100 euros corresponden al valor del 11.6 % llevado a cabo por los turistas procedentes de Reino Unido. Por su parte, el turista escandinavo está representado por el 14.5% de gasto diario entre las mismas cantidades.

Los valores correspondientes entre 105 – 200 euros de gasto diario corresponden al 23.2% a Reino Unido, siendo para el turista nórdico del 39.9 %. La cifra más elevada gastada por los jugadores de golf británicos corresponde al 2%, gastando el turista sueco más de 200 euros diarios representados por el 9.4%.

Es significativo y relevante este análisis referente al gasto llevado a cabo por este tipo de segmento turístico de golf, porque se puede destacar que el turismo de golf es un turismo consolidado cada vez más, es un tipo de turista el cual precisa una atención más dedicada y específica en el momento de gestionar y procesar este tipo de reservas. El segmento del turismo

de golf, es un segmento de mercado atendido cada vez más por profesionales y expertos del sector, ya que el turista y jugador de golf precisa de una atención profesionalizada, lo que supone una mayor satisfacción de su estancia.

En aras de poder justificar este análisis de gasto por parte del jugador turista nórdico y británico, se puede argumentar que la renta en los países escandinavos es bastante más elevada que en España. El turista escandinavo es un turista muy preparado intelectualmente, la dedicación a organizar el viaje es minuciosa siendo en ocasiones expertos en los Resorts de Golf elegidos. Antes de la fecha de llegada han marcado todo su planning de viaje muy estudiado, medido al detalle y muy organizado por lo que exigirá siempre una mayor atención y cuidado en comparación con otro turista procedente de otro país. Existe un aspecto significativo el cual me ha llamado la atención durante el análisis de las encuestas, la procedencia y organización de los paquetes de golf en términos de tour operadores.

La contratación de servicios previos desde el origen de procedencia antes de la llegada del jugador al campo de juego implica que el beneficio de ese servicio contratado se queda en el país de origen. Los tour operadores escandinavos en su gran mayoría, encajan cada paquete con la contratación de cada servicio, quedando el paquete cerrado y el jugador abona todo antes de su llegada. Un ejemplo de paquete turístico de golf englobado con todos los servicios previos contratados es el siguiente:

El paquete de golf analizado corresponde a JaTravel, tour operador sueco especializado y experto en la organización de paquetes de golf con alojamiento, rondas de golf y traslados. Oferta: pack de bienvenida a cada jugador con una chapa grabada personalizada con el nombre del jugador para ser colgada en la bolsa de palos. El detalle de los servicios adheridos al paquete corresponden a:

7 noches alojados en apartamento de dos dormitorios a tan sólo 2 minutos de la casa club.

Desayuno incluido servido en la casa club.

Rondas de golf en Las Colinas Golf & Country Club.

Uso gratuito de las pistas de pádel y tenis durante la estancia realizando la gestión de reserva directa a la llegada.

Acceso gratuito al gimnasio durante toda la estancia.

El precio establecido para el paquete varía en función de la ocupación de los apartamentos. Siendo la tarifa por persona la mostrada a continuación:

6.975 coronas suecas, apartamento de tres dormitorios con 6 personas de ocupación. Estimación en euros de 676 euros aproximadamente.

7.494 coronas haciendo referencia a 4 personas de ocupación en un apartamento de dos dormitorios. Siendo la cantidad de 727 euros aproximadamente.

7.995 coronas haciendo referencia a 2 personas de ocupación en un apartamento de 2 dormitorios, 775 euros abonados por persona.

Se ha analizado el precio que dicho tour operador muestra en su página web: <http://jatravel.se/>. Tomando contacto con el campo de golf Las Colinas Golf & Country Club verifican desde recepción que la tarifa que reciben neta por parte de JaTravel es 457 euros por persona, añadiendo 9 euros diarios desayuno incluido. Siendo la totalidad del paquete de golf, 520 euros por jugador con estancia en apartamento de dos dormitorios y ocupación máxima de cuatro jugadores. En caso de alojarse menos de cuatro jugadores se aplicaría un suplemento de 27 euros por noche extra.

Son numerosos los tour operadores de golf interesados cada vez más en nuestras instalaciones deportivas en las dos zonas objeto de estudio, tanto Alicante como la Región de Murcia. Una de las más relevantes ferias de turismo de golf donde acuden tour operadores de todos los rincones más insólitos del mundo es la International Golf Travel Market (IGTM). El objetivo a alcanzar durante este tipo de ferias, es que los tour operadores puedan visitar in situ los campos de golf de nuestras regiones y asegurarse que sus jugadores de golf contarán y podrán disfrutar de todas las instalaciones necesarias para alcanzar un juego de golf con una calidad excelente. Además, dichos tour operadores no pretenden solamente conocer las instalaciones deportivas, sino que además se interesan por nuestra cultura y gastronomía autóctona. La procedencia de dichos tour operadores son de países tales como Alemania, Austria, Brasil, Dinamarca, EE.UU., Finlandia, Irlanda, Reino Unido y Suecia.

Antes de terminar el análisis de las preguntas de la encuesta realizada, se intentará justificar las respuestas de las preguntas 3.1, 3.2, 4 y 10 porque están relacionadas y tiene un componente económico importante, puesto que estaría relacionado con la riqueza de cada país. Así nos hemos fijado en la renta per cápita de ellos.

La tabla siguiente compara datos económicos y demográficos de cada país objeto de análisis en el estudio. Estos datos macroeconómicos permiten justificar la visión de la percepción del turista nórdico, británico y español que hace referencia al gasto económico destinado a su juego e estancia de nuestra zona.

Tabla 7. Renta per cápita según países.

| Datos económicos y demográficos ▾              | Economía de Noruega ▾ | Economía de Dinamarca ▾ | Economía de Suecia ▾ | Economía de Reino Unido ▾ | Economía de España ▾ |
|--|-----------------------|-------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| PIB TRIMESTRAL PER CÁPITA<br>II TRIMESTRE 2018 | 17.402 €              | 12.529 €                | 11.414 €             | 9.042 €                   | 6.434 €              |
| PIB ANUAL 2017                                 | 353.705 M€            | 288.374 M€              | 477.383 M€           | 2.324.293 M€              | 1.166.319 M€         |
| PIB PER CÁPITA 2017                            | 67.000 €              | 50.000 €                | 47.400 €             | 35.200 €                  | 25.100 €             |
| DEMOGRAFÍA                                     | 5.295.619             | 5.781.190               | 10.120.242           | 66.238.007                | 46.659.302           |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos macro.com (Expansión)

Tal y como podemos apreciar en la tabla anterior los datos del PIB trimestral per cápita correspondientes al segundo trimestre de 2018, han sido de 17.402 euros en el país escandinavo

de Noruega, su PIB anual en el 2017 alcanzó la cifra de 353.705 millones de euros, extrapolándolo con el número de habitantes de dicho país obtenemos una aportación de 67.000 euros por persona. Noruega cuenta con una población de 5.295.619 habitantes.

Analizando el segundo país escandinavo apreciamos que su aportación en el segundo trimestre de 2018 correspondiente al PIB trimestral per cápita equivale a la cifra de 12.529 euros. El PIB anual en 2017 alcanzó el valor de 288.374 millones de euros con un valor per cápita de 50.000 euros.

Teniendo en cuenta que el PIB es dividido por cada uno de los habitantes del país, y en su caso Dinamarca cuenta con una población de 5.781.190 habitantes.

Suecia está en el ecuador de la tabla, su PIB trimestral per cápita durante el segundo trimestre de 2018 llegó a alcanzar los 11.414 euros.

Los datos referentes a la aportación del PIB anual durante 2017 se refieren a 477.383 millones de euros y el PIB per cápita en el mismo periodo alcanza la cantidad de 47.400 euros. La población en el país de Suecia asciende a los 10.120.242 habitantes.

El cuarto país europeo que nos ocupa a continuación es Reino Unido, país que consiguió en el segundo trimestre de 2018 una cifra de 9.042 euros, un poco más de la mitad en comparación con el país que ocupa la mejor posición en el ranking, Noruega y cuyo salario es de los más elevados del mundo. Reino Unido ha conseguido un PIB anual en 2017 de 2.324.293 millones de euros, siendo su PIB per cápita en 2017 de 35.200 euros. Los datos relativos a población británica quedan recogidos con la siguiente cifra 66.238.007 habitantes.

Los datos a nivel de España quedan reflejados con las siguientes cifras. Nuestro país tiene una renta per cápita de 6.434 euros durante el segundo trimestre de 2018. La aportación del PIB anual en 2017 fue de 1.166.319 millones de euros. El PIB per cápita en 2017 de los ciudadanos españoles ha sido de 25.100 euros.

Estos datos económicos y demográficos analizados en cada uno de los países emisores de turistas de golf a España, justifican las respuestas referentes al gasto dispuesto a ser asumido por cada turista de golf según procedencia. La respuesta de la pregunta 3.1, 3.2, 4 y 10 justifican que el turista de golf nórdico está predispuesto a pagar un green fee con un precio más elevado que el turista británico. Como se ha justificado en esas respuestas la renta del jugador nórdico es más elevada por lo que su disposición es más elevada y aceptaría mejor el precio cobrado por el juego. El jugador británico sí está influenciado por el precio del green fee, por lo que la percepción de este turista en cuanto calidad y/o precio en los campos de golf de la Región de Alicante y Murcia está sensiblemente influenciado por el precio.

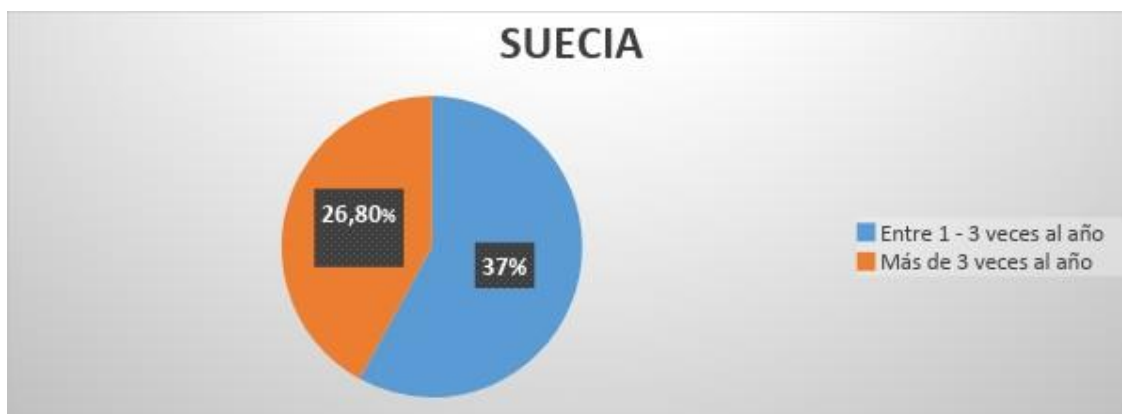
Volviendo a la pregunta 10 de la encuesta, gasto realizado por los turistas de golf británicos durante la estancia, queda reflejado el 23.20% de los británicos están dispuestos a gastar entre 105 y 200 euros diariamente. Siendo menos del 2% los turistas de golf británicos los dispuestos a gastar la cantidad superior de 200 euros, en comparación con el porcentaje a ambas preguntas por parte de los jugadores nórdicos, dispuestos a destinar parte de su presupuesto vacacional al gasto superior de 200 euros. En conclusión, cabría destacar que este tipo de turista nórdico aporta calidad y valor a la oferta turística, creando un mayor estatus a la zona donde se encuentren ubicados dichos campos de golf. El turista deportivo tiene un gasto medio superior en comparación con la media. Si lo extrapolamos a la aportación que genera sobre los puestos de empleo, destacar que la estacionalidad disminuye, elemento que hemos mencionado en párrafos anteriores y con ello, contribución a generar puestos de empleo de una mayor calidad, desencadenando así en un modelo de negocio local más sólido y preparado para dar un servicio de elevada calidad y atención como es requerido en el sector del golf.

El análisis de las dos últimas preguntas de la encuesta nos permite identificar la frecuencia de viaje a España para jugar al golf y la satisfacción de los diferentes campos de golf visitados.

**Gráfico 12. Frecuencia de visitas a España**







Fuente: Elaboración propia.

El 38% de los jugadores de golf procedentes del Reino Unido que contestaron a la encuesta viajan entre 1-3 veces a España para jugar el Golf. El 20% lo hace más de 3 veces. Por último, el 42% es residente en España.

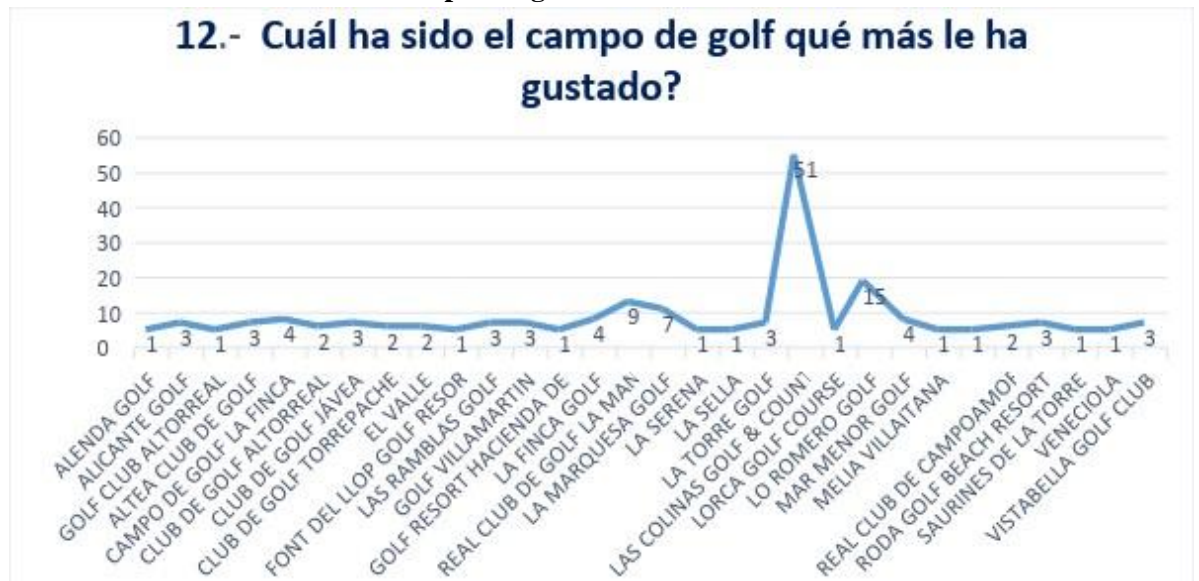
Esa misma información a nivel del turista nórdico es la siguiente: El 37% viaja entre 1 - 3 veces a España y un 37% lo haría más de 3 veces. El resto no contesta a la pregunta.

Las respuestas se justificarían por los siguientes motivos dados por los entrevistados:

1. Buen tiempo para la práctica de este deporte.
2. El nivel de renta y riqueza de los entrevistados.
3. La calidad y oferta de campos de golf.
4. El trato humano y calidez del ciudadano español.
5. La oferta gastronómica mediterránea.

La última pregunta analizada descubre que el grado de satisfacción de un campo de golf (Las Colinas) sobresale sobre el resto. También está bien colocado el campo de Lo Romero, ambos en la provincia de Alicante y próximos al límite geográfico de la Región de Murcia. El siguiente gráfico muestra lo que se pretende subrayar.

**Gráfico 13. Satisfacción de los campos de golf**



Fuente: Elaboración Propia.

#### 4. CONCLUSIONES Y EXTENSIONES.

El propósito del Trabajo Fin de Máster ha sido el estudio de la percepción del turista golf nórdico en sus visitas a los campos de golf de Alicante y Región de Murcia. Al mismo tiempo, se ha tenido la oportunidad de realizar comparaciones con la percepción de otros jugadores de procedencia distinta (británicos y españoles).

Para alcanzar dicho propósito se ha confeccionado una encuesta con 18 preguntas y se ha remitido con duplicidad on-line en aras de conseguir los mejores resultados de respuesta. El número de encuestas enviadas han sido de 217 y la tasa de respuesta ha sido del 64% (138 entrevistas completadas).

La base de este Trabajo Fin de Máster se fundamenta en el impacto económico que la actividad del turismo de golf provoca tanto en Alicante como en la Región de Murcia, recogido en el apartado 2 del documento. Adicionalmente, el trabajo también ha servido para argumentar si la Región de Murcia tiene recorrido en este mercado dentro del sector turístico. Los aspectos más importantes a destacar serían los siguientes:

- Los jugadores de golf perciben de igual manera los campos de golf de Alicante y Murcia.
- Hay un deslizamiento de jugadores en los campos de Alicante con respecto a los de



la Región de Murcia, en el sentido que se frecuenta más aquellos que éstos.

- El precio/calidad es similar para las diferentes instalaciones de golf y ambos territorios, si bien el turista de golf prefiere instalaciones con infraestructuras hoteleras cercana o en el mismo campo de Golf.
- El gasto del turista de golf es elevado y busca experiencias inolvidables en su estancia o viaje.
- La infraestructura aeroportuaria es muy importante para el desarrollo de este sector turístico, así mismo el conocimiento y marca de las playas de alrededor.
- En definitiva, la posición y percepción que tiene los jugadores de golf sobre los campos de Alicante está por encima de los de la Región de Murcia, por lo que se cree que la Región de Murcia tiene suficiente recorrido para invertir en planes de mejora y acciones estratégicas que mejoren los buenos resultados que alcanza el sector.

Las limitaciones del trabajo se traducen principalmente en el número de encuesta realizadas, puesto que el margen de error (8,34) estaría por encima que estadísticamente sería deseable. Por ello, este TFM podría tener las siguientes extensiones o líneas de trabajo futuras.

1. Conseguir una muestra más elevada de respuestas para poder segmentar los distintos jugadores de golf en función de su procedencia y así obtener resultados que pudiesen ser comparados estadísticamente.
2. Utilización de técnicas estadísticas y econométricas para darle más robustez y consistencia a las conclusiones de futuros trabajos.
3. Realizar planes estratégicos que favorezcan el destino golf tanto en Alicante como en la Región de Murcia.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante (2016): Impacto económico del sector del golf de la Provincia de Alicante

Confederación Empresarios de Andalucía, CEA (2017): Nuevas tendencias en el turismo de golf

Ferreres, J.B. (2010): Turismo de golf en la actividad turística española en 2009. Ed. Universitaria Ramón Areces Edición

García Sánchez, A. (2014): 20 años de la actividad turística en España

Golfindustria.es (2018): El golf incrementa su aportación al desarrollo turístico de la Comunidad Valenciana durante el primer semestre de 2018

Golf Business Partners, GBP (2016): El valor añadido del golf al turismo

Golf Business Partners, GBP (2017): Together with bespoke research among clubs and colleagues from the same golf industry. Extensive catalogue of golf related research

<https://www.golf-monthly.co.uk>

[https:// www.mundodeportivo.com/golf/](https://www.mundodeportivo.com/golf/): Impacto económico del golf en España

<https://datosmacro.expansion.com/paises> (2018)

<https://www.ine.es/daco/daco42egatur> (2016)

<https://cincodias.elpais.com> (2017)

<http://www.cartagenaactualidad.com> (2018): La región inicia una nueva operativa con Dinamarca para seguir atrayendo a golfistas en temporada baja

<https://docs.google.com/forms/>

<https://www.ferieforalle.dk> (2019): Messecenter Herning, MCH.

Leria, M. (2018): Golfindustria.es. El futuro del golf pasa por dejar de tener tan presente el pasado



Peñas, M.J. (2018): El Turismo de golf acaba con la estacionalidad

Real Federación Española de golf (2017): El golf genera más de 2.000 millones de euros anuales (Statistics, 2017)

Universidad de Murcia (2015): Impacto socioeconómico de la industria de golf en la Región de Murcia.

Visión - Horizonte 2020

## 6. ANEXO

### ESTUDIO SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA DE GOLF NÓRDICO EN VISITA A LOS CAMPOS DE GOLF DE MURCIA Y ALICANTE

### NORDIC GOLF TOURIST'S PERCEPTION-BASED ANALYSIS ON GOLF COURSES IN MURCIA AND ALICANTE CASE STUDY

El objetivo de la encuesta pasa por definir la percepción que tienen los turistas de golf nórdicos, británicos y españoles de los campos de golf de Alicante y Murcia, de tal forma que sirvan para afrontar estrategias de desarrollo sostenible en la industria turística de golf / The aim of the survey is to define the views of the Nordic, English and Spanish golf tourists of the golf courses in Alicante and Murcia. To deal with sustainable development strategies in the golf tourism industry.

Dirección de correo electrónico / Email address:

**\*Required**

#### Email address \*

**1.-Enumere los campos de golf de la Región de Alicante en los que ha jugado alguna vez: Which golf course in the Alicante area have you ever played? \***

*Tick all that apply.*

- ☐ 1. Alicante Golf
- ☐ 2. Golf Las Ramblas – Golf Quara
- ☐ 3. Golf Villamartín . Golf Quara
- ☐ 4. Real Club de Golf Campoamor
- ☐ 5. Club de Golf El Plantío
- ☐ 6. Las Colinas Golf & Country Club
- ☐ 7. La Sella Golf
- ☐ 8. Bonalba Golf Resort
- ☐ 9. La Marquesa Golf & Country Club
- ☐ 10. Las Rejas Benidorm
- ☐ 11. Lo Romero Golf
- ☐ 12. Font del Llop Golf Resort
- ☐ 13. Altea Club de Golf

- ☐ 14. Puig Campana Golf
- ☐ 15. Club de Golf Ifach
- ☐ 16. Alenda Golf
- ☐ 17. Golf p&p Sierra Cortina Finestrat
- ☐ 18. Club de Golf Jávea
- ☐ 19. Meliá Villaitana Golf
- ☐ 20. Vistabella Golf Club
- ☐ 21. Campo de Golf La Finca
- ☐ 22. Equalité Club de Golf Villena
- ☐ 23. Escuela de Golf de Elche FGCV

**2.- Enumere los campos de golf de la Región de Murcia en los que ha jugado alguna vez:  
Which golf course in the Murcia area have you ever played? \***

*Tick all that apply.*

- ☐ 24. Corvera Golf & Country Club
- ☐ 25. Club De Golf torrepacheco
- ☐ 26. Club de Golf la Peraleja
- ☐ 27. Roda Golf & Beach Resort
- ☐ 28. Club de Golf Altorreal
- ☐ 29. La Serena Golf Club
- ☐ 30. United Golf Resorts La Tercia
- ☐ 31. Camposol Club De Golf
- ☐ 32. New Sierra Golf Course
- ☐ 33. El Valle Golf
- ☐ 34. Lorca Golf Course
- ☐ 35. Alhama Signature Golf
- ☐ 36. Hacienda Riquelme Golf
- ☐ 37. La Torre Golf
- ☐ 38. Club de Golf Hacienda del Alamo
- ☐ 39. Real club de Golf La Manga
- ☐ 40. Mar Menor Golf
- ☐ 41. Saurines de La Torre Golf



☐  
☐  
☐

42. Mosa Golf Murcia

43. Sensol

44. Veneciola

**3.1 Considerando la calidad/precio de los campos de golf de Alicante que ha jugado, ¿el precio pagado es justo o/y aceptable? Do you perceive your visit worthwhile with the quality of this Alicante golf course that you have played? \***

*Mark only one oval.*

☐

SI

☐

/YES

NO

**3.2 Considerando la calidad / precio de los campos de golf de la Región de Murcia que ha jugado, ¿el precio pagado es justo o/y aceptable? Consider the quality / price of the Murcia golf course that you have played. Do you see your visit worthwhile? \***

*Mark only one oval.*

☐

SI /

☐

YES

NO

**4.- Qué precio estaría dispuesto a pagar por tee time ? What price would you like to pay per tee? \***

**5. El precio señalado anterior: ¿sería en términos medios igual en los campos de golf de Alicante y Murcia? Would this price be the same in Alicante and Murcia golf course? \***

*Mark only one oval.*

☐

SI /

☐

YES

NO

**6.- Duración de la estancia media. How long is your stay? \***

*Tick all that apply.*





- ☐ Menos de 5 días / Less than 5 days
- ☐ Entre 6 y 10 días / Between 6
- ☐ and 10 days Más de 11 días /
- More than 11days

**7.- Tipología del alojamiento: What type of accommodation do you choose to stay during your vacation time? \***

*Tick all that apply.*

- ☐ Hoteles de 4\* /
- ☐ Hotel 4\* Hoteles
- ☐ 5\* / Hotel 5\*
- Apartmentos o Villas dentro de un Résort de Campo de Golf / Apartment or Villa in Golf Resort
- ☐ Apartmentos o Villas fuera de un Résort de Campo de Golf / Apartment or Villa Outside of Golf Resort
- ☐ Vivienda propia / own accommodation

**8. Su estancia durante sus vacaciones ¿se loc**

**. Su estancia durante sus vacaciones, ¿ se localiza en Alicante o en la Región de Murcia?**  
**The accommodation is in Alicante or Murcia area? \***

**9.- Qué actividades realiza durante el periodo viaje? What activities do you usually do during the holiday season? \***

*Tick all that apply.*

- ☐ Deporte / Sport
- ☐ Sol y Playa / Sun & Beach
- ☐ Ocio Nocturno / free
- ☐ time at night Excursiones
- ☐ / Excursions Compras /
- ☐ Shopping
- Naturaleza / Nature

**10.- Gasto realizado durante su estancia: How much can you spend per day? \***

*Mark only one oval.*

- ☐ 50 -100€ diarios / 50 - 100  
☐ € daily 105 - 200€ diarios /  
105 - 200 € daily  
☐ Más de 200 € diarios / More than 200 € daily

**11.- Con qué frecuencia viene a España a practicar golf? How often do you come to Spain to play golf? \***

*Mark only one oval.*

- ☐ Entre 1 - 3 veces al año / Between 1 - 3  
☐ times a year Más de 3 veces al año / More  
☐ than 3 times a year Resido en España / I  
live in Spain

**12.-Cuál ha sido el campo de golf qué más le ha gustado? Which golf course is your favorite and why? \***

---

---

---

---

**13.- Con quién viaja? Who are you traveling with? \***

- ☐ Con familia /  
☐ Family En  
☐ pareja / Pair  
Con amigos / Friends



**14.- Edad / How old are you? \***

---

**15.- Género / Gender: \***

*Mark only one oval.*

☐

Mujer / Woman

☐

Hombre / Man

**16.- Nacionalidad / Nationality \***

---

**17.- Hándicap del jugador / Handicap ? \***

---

**18.- Comente qué opinión le merece los campos de golf destacando los aspectos positivos y negativos qué considere más relevantes. Explain what you think of the golf course, telling you about positive and negative points that are most important to you in your golfing experience. \* \***

---

---

---

---

